

4. Тимченко О.М. Податковий борг в Україні: причини, наслідки, менеджмент / О.М. Тимченко. – К. : КНЕУ, 2009. – 228 с.
5. Статистичний щорічник України за 2009 рік / За ред. Осауленка О.Г. – К.: Державний комітет статистики України, 2010. – 566 с.

УДК 378(47)

Педченко Г.П.,
к.е.н., доцент,
Таврійський державний агротехнологічний університет

СУТНІСТЬ ТА ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

***Анотація.** У статті розглянуті теоретичні підходи до формулювання поняття «конкурентоспроможність», надано визначення конкурентоспроможності вищого навчального закладу та названі основні фактори конкурентоспроможності ВНЗ.*

***Ключові слова:** конкурентоспроможність, конкурентоспроможність вищого навчального закладу, фактори конкурентоспроможності ВНЗ.*

Постановка проблеми. Питання підвищення конкурентоспроможності вищих навчальних закладів на сучасному етапі та необхідність їх стійкого розвитку в умовах фінансово-економічної нестабільності економіки є надзвичайно актуальними.

Проблема конкурентоспроможності ВНЗ є предметом дослідження таких учених і фахівців, як: Гараєв І.М. Лазарев В.А., Лукашенко М., Мохначьов С.А., Моисеева Н. Пащенко Н.І., Патлис Н. Р., Романова І.Б., Сафонова В.Є., . Фасхієв Х.А., Фатхутдінов Р.А. та ін. При цьому наукова невизначеність взаємозв'язку між окремими факторами, що впливають на конкурентоспроможність вищого навчального закладу, відсутність єдиного термінологічного апарату й системи оціночних показників перешкоджають формуванню комплексного підходу до забезпечення конкурентоспроможності вищого навчального закладу.

Ціль роботи - зіставити теоретичні підходи до формулювання поняття «конкурентоспроможність» та надати визначення конкурентоспроможності

вищого навчального закладу, а також виявити основні фактори конкурентоспроможності ВНЗ.

Виклад основного матеріалу. Будучи залежним від структурної моделі ринку, конкурентне середовище визначає і одночасно є наслідком розвитку конкуренції. Передумовою до участі в конкурентній боротьбі є конкурентоспроможність.

Ожегов С.І. термін конкурентоспроможність трактує, як здатність витримувати конкуренцію, протистояти конкурентам [5, с.98]. Дане визначення конкурентоспроможності не дає повного уявлення і не застосовується для оцінки конкретного товару або послуги.

Книш М.І. характеризує конкурентоспроможність як ступінь привабливості даного продукту, для споживача, який здійснює реальну купівлю [2, с.158]. Конкурентоспроможність, на його думку, пов'язана не з відмінними характеристиками безпосередньо товару, а з його привабливістю для клієнтів, які роблять покупку.

Фатхутдінов Р.А. дає наступне визначення конкурентоспроможності: це «здатність об'єкта витримувати конкуренцію в порівнянні з аналогічними об'єктами на даному ринку» [8, с. 223]. Автор підкреслює, що товар або послуга є конкурентоспроможними або неконкурентоспроможними на конкретному ринку.

Забєлін П.В. та Моїсєєва Н.К. дають визначення конкурентоспроможності як здатності приносити прибуток на вкладений капітал у короткостроковому періоді не нижче заданого, або як перевищення над середньостатистичним прибутком у відповідній сфері бізнесу[1, с.134].

Грошев В.П. тлумачить конкурентоспроможність як комплекс споживчих властивостей товару, що визначає його відмінність від інших аналогічних товарів за ступенем і рівнем задоволення потреб покупців і витрат на його придбання та експлуатацію [3, с.21]. Дане визначення є найбільш повним, так як автор враховує витрати за весь життєвий цикл товару, але при цьому не враховує різну конкурентоспроможність товару на різних ринках в різний час і

не обумовлює, як споживачем або продавцем оцінюється конкурентоспроможність.

Перелічені недоліки усунені у визначенні Швеця В.Є: «конкурентоспроможність продукції є не що інше, як прояв якості продукції в умовах ринкових відносин і визначається здатністю продукції бути проданою на конкретному ринку, в максимально можливому обсязі і без збитків для виробника» [3, с.22]. Автор показав, що товар або послуга є конкурентоспроможними на конкретному ринку, їх продається більше ніж аналогів і при цьому продавець працює з прибутком, який в свою чергу є одним із показників ефективності роботи будь-якого суб'єкта ринкової економіки. Прив'язка товару або послуги до конкретного ринку обов'язкове.

Вищий навчальний заклад є діловою організацією, яка виступає оператором на регіональному ринку освітніх послуг і підкоряється тим же правовим і господарським нормам, що й інші учасники ринку. Виходячи з цього, підходи до визначення його конкурентоспроможності мають бути аналогічні тим, які використовуються стосовно до організацій, що функціонують в інших галузях матеріального виробництва і сфери послуг. Відмінності полягають лише в специфіці факторів, що визначають конкурентоспроможність

Наприкінці 20-го сторіччя Пащенко Н.І. визначив, що конкурентоспроможність ВНЗ – це «його нинішні й потенційні здатності (можливості) щодо надання відповідного рівня освітніх послуг, які задовольняють потреби суспільства при підготовці висококваліфікованих фахівців, а також потреби стосовно розробки, створення й реалізації науково-методичної і науково-технічної продукції як у теперешній час, так і в майбутньому» [6, с.89]. В даному визначенні автор не враховує порівняльні переваги ВНЗ за якістю, ціною послуг, що надаються, його іміджеві, фінансові та інші показники. Здатність надавати освітні послуги ще не означає, що ВНЗ буде здатний протистояти реальним конкурентам і забезпечувати достатній рівень конкурентоспроможності своїх освітніх послуг.

За визначенням Романової І.Б. «конкурентоспроможність - це властивість вищого навчального закладу, яка визначає частку релевантного ринку освітніх послуг, що належать даному ВНЗ, і можливість перешкоджати перерозподілу ринку на користь інших суб'єктів» [7, С.61]. У цьому визначенні враховується динамічний характер категорії «конкуренто-спроможність». Відповідно до цієї точки зору конкурентоспроможність ВНЗ означає його здатність працювати в конкурентному середовищі при утриманні наявних конкурентних переваг, як мінімум, в незмінному вигляді, а краще - з позитивною динамікою. Можна стверджувати, що конкурентоспроможність є провідним показником господарсько-економічної діяльності ВНЗ, що визначає його сьогодення і перспективне стан на вибраних їм сегментах ринку.

Фатхутдінов Р.А. відзначає, що конкурентоспроможність ВНЗ - це «його здатність: 1) готувати фахівців, які витримують конкурентну боротьбу на конкретному зовнішньому або внутрішньому ринку праці; 2) розробляти конкурентоспроможні новачі в цій галузі; 3) вести ефективну відтворювальну політику в усіх сферах своєї діяльності» [9, С.37].

Лазарев В.А., Мохначев С.А. справедливо пропонують розглядати конкурентоспроможність вищого навчального закладу як комплексну характеристику ВНЗ за певний період часу в умовах конкретного ринку, що відображає перевагу перед конкурентами по ряду визначальних показників - фінансово-економічних, маркетингових, матеріально-технічних, кадрових та соціально-політичних, а також здатність ВНЗ до безкризового функціонування і своєчасної адаптації до мінливих умов зовнішнього середовища [4, с.71]. У даному визначенні зроблено акцент на таких ознаках, що відображають сутнісний зміст поняття «конкурентоспроможність ВНЗ », як перевага перед конкурентами по ряду визначальних показників; функціонування ВНЗ в безкризовому режимі; здатність своєчасної адаптації ВНЗ до мінливих умов зовнішнього середовища, у тому числі, здатність ВНЗ задовольняти наявні і передбачувані вимоги споживачів.

Фактори, що визначають конкурентоспроможність освітньої послуги ВНЗ, поділяються на три групи: корисність (якість, відповідність нормативній базі); витрати споживача (ціна споживання); маркетингові фактори, що характеризують ефективність пропозиції (спосіб просування, канали реалізації та ін.) У світлі активізації дії цих факторів умовами формування конкурентоспроможності ВНЗ стають його адаптивність та інноваційність.

При визначенні адаптивності ВНЗ необхідно брати до уваги три ключових аспекти. Перший аспект пов'язаний із забезпеченням конкурентоспроможності ВНЗ як господарюючого суб'єкта. У цьому плані адаптивність припускає збереження економічної стійкості ВНЗ, тобто продовження освітніх, науково-дослідних, фінансово-господарських, управлінських та інших процесів, підтримку ефективності функціонування ВНЗ.

Другий ключовий аспект у визначенні адаптації пов'язується із зміною характеру відносин із зовнішнім середовищем. При зовнішніх збуреннях адаптивність ВНЗ повинна забезпечити його оптимальну поведінку в умовах, що змінилися, і пошук нових принципів взаємодії з представниками мікрооточення.

Третій аспект полягає у трансформації вищого навчального закладу - зміні організаційної структури, економічних механізмів, характеру бізнес-процесів. У контексті вказаних ключових аспектів адаптивність ВНЗ визначається як забезпечення конкурентоспроможності вищого навчального закладу в умовах зміни зовнішнього середовища шляхом зміни характеру відносин із зовнішнім середовищем і трансформації внутрішньої структури та бізнес-процесів ВНЗ.

Інноваційність ВНЗ співвідноситься в дослідженні з його здатністю здійснювати продуктові і процесні новації, в тому числі у сфері управління ВНЗ. Продуктові освітні інновації реалізуються в нових освітніх послугах і наукових продуктах. Процесні освітні інновації втілюються в нових елементах, введених в навчальну, організаційну, управлінську, маркетингову діяльність ВНЗ.

Висновок. Основні фактори конкурентоспроможності вищих навчальних закладів - адаптивність і інноваційність - перебувають у нерозривному зв'язку між собою: адаптивність характеризує реакцію організації на зміни зовнішнього середовища, інноваційність - основу такої реакції, генерацію рішень, спрямованих на зміну діяльності шляхом освоєння нових елементів. Разом адаптивність і інноваційність визначають необхідні і достатні умови досягнення конкурентоспроможності ВНЗ. У створенні цих умов своє значення набуває деяка сукупність ресурсів, процесів та інструментів, що знаходяться в розпорядженні ВНЗ і визначають можливості, межі та ефективність його діяльності в умовах динамічної ринкової кон'юнктури.

Аннотация. В статье рассмотрены теоретические подходы к формулированию понятия «конкурентоспособность», дано определение конкурентоспособности высшего учебного заведения, а также названы основные факторы конкурентоспособности вуза.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентоспособность высшего учебного заведения, факторы конкурентоспособности вуза.

Summary. The author summarized the theoretical approaches to the formulation of the concept of competitiveness, gave the definition of university competitiveness and named basic factors of university competitiveness the article.

Key words: competitiveness, competitiveness of the university

Література.

1. Забелин П.В., Моисеева Н.К. Основы стратегического управления.: - М.: Информационно-внедренческий центр “Маркетинг”, 1997. – 195 с.
2. Кныш М.И. Конкурентные стратегии: - Спб, 2000. – 284 с.
3. Краткий словарь менеджера / Под ред. В.П.Грошева. – М., 1991. – 72с.
4. Лазарев В.А., Мохначев С.А. Конкурентоспособность вуза как объект управления. Монография. - Екатеринбург: Пригородные вести. - 2003. - 160 с.
5. Ожегов С.И., Шведкова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: -М.: Азбуковник, 1999. – 944 стр.
6. Пашенко Н. И. Конкурентоспособность вузов и стратегий их деятельности в условиях региональной конкуренции : дис. ... канд. экон. наук / Н. И. Пашенко.- Уфа, 1999. -190 с.

7. Романова И.Б. Управление конкурентоспособностью высшего учебного заведения. - Ульяновск: Средневолжский научный центр. - 2005. - 140с.
8. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебник. - М.: Дело, 2001. – 448 с.
9. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью вуза // Высшее образование в России. - 2006. - 9. - С. 37-38.

УДК 338.49:338.436.33:338.1

Почерніна Н. В.
к.е.н.,

Таврійський державний агротехнологічний університет

ЗАВДАННЯ РОЗВИТКУ РИНКОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ АПК В КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

***Анотація.** Розкриті сучасні особливості розвитку агропромислового комплексу України. Визначені завдання розвитку окремих видів його ринкової інфраструктури.*

***Ключові слова:** агропромисловий комплекс, ринкова інфраструктура, економічне зростання.*

Постановка проблеми. Економічне зростання є однією з макроекономічних цілей будь-якої країни, оскільки воно закладає основу для підвищення матеріального добробуту населення та подальшого розвитку виробництва. Орієнтація України на забезпечення сталого рівня економічного зростання у середньостроковій перспективі підтверджує актуальність даного питання за сучасних умов.

Збільшення обсягів виробництва, які продукує національна економіка, - а саме це визначає сутність економічного зростання – можна досягти за допомогою дії різних факторів. Їх можна аналізувати як для економіки в цілому, так і в межах окремої галузі. Дане дослідження зосереджене на чинниках ринкових трансформацій агропромислового комплексу та їх взаємозв'язку з економічним зростанням України.